

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBAYARAN TAGIHAN IURAN SAMPAH (STUDI KASUS PADA PELAYANAN IURAN SAMPAH DI DESA BERU KECAMATAN SARIREJO KABUPATEN LAMONGAN)

ANALYSIS OF SERVICE QUALITY TO CONSUMER SATISFACTION IN PAYING BILLS OF WASTE CONTRIBUTIONS (CASE STUDY IN THE VILLAGE OF BERU SUBDISTRICT SARIREJO, LAMONGAN DISTRICT)

Achmad Dliyaus Sobakh

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Lamongan
Jl. Veteran No. 53A Lamongan
Telp. (0322) 324706, Faks. (0322) 324706

amatdiyak69@gmail.com

Website:	Abstrak
<p>https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jekma</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (responsiveness, reliability, assurance, empathy dan tangible) terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Desa Beru sebanyak 1.800 orang, sedangkan sampel dalam penelitian ini sebesar 95 orang dengan teknik menggunakan rumus slovin. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis data uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t, uji F.</p> <p>Hasil analisa menunjukkan bahwa hasil dari uji t untuk masing – masing variabel sebesar responsiveness (X1) 1,998, reliability (X2) 2,008, assurance (X3) 5,616, empathy (X4) -2,281 dan tangible (X5) 2,835 sedangkan besarnya t_{tabel} adalah 1,986 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05, kemudian hasil dari uji F diketahui F_{hitung} sebesar 24,970 dan F_{tabel} 2,32 dan nilai determinasi $R^2 = 0,58,4$. Dan hasil perhitungan analisi regresi linier berganda mempunyai nilai sebesar $Y = 1.007 + 0,174X_1 + 0,216X_2 + 0,515X_3 - 0,192X_4 + 0,258X_5$.</p> <p>Dari bukti – bukti tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel</p>
Kata Kunci:	
<p><i>Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Pelayanan Iuran Sampah</i></p>	

responsiveness (X1), reliability (X2), assurance (X3), empathy (X4) dan tangible (X5) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y), secara simultan variabel responsiveness (X1), reliability (X2), assurance (X3), empathy (X4) dan tangible (X5) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). dan variabel assurance (X3) merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen (Y).

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction, Garbage Contribution Services

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality (responsiveness, reliability, assurance, empathy and tangibility) on customer satisfaction. This research is a quantitative research. The population in this study were all 1,800 people in Beru Village, while the sample in this study was 95 people using the technique using Slovin formula. The data analysis technique used is the classical assumption test data analysis method, multiple linear regression, coefficient of determination, t test, F test.

The analysis showed that the results of the t test for each variable were responsiveness (X1) 1,998, reliability (X2) 2,008, assurance (X3) 5,616, empathy (X4) -2,281 and tangible (X5) 2,835 while the magnitude of ttable was 1,986 with a significant level of 0.05, then the results of the F test are known to be Fcount of 24.970 and Ftable 2.32 and the determination value $R^2 = 0.58.4$. And the results of the calculation of multiple linear regression analysis has a value of $Y = 1,007 + 0,174X_1 + 0,216X_2 + 0,515X_3 - 0,192X_4 + 0,258X_5$.

From these evidences it can be concluded that partially the variable responsiveness (X1), reliability (X2), assurance (X3), empathy (X4) and tangible (X5) affect consumer satisfaction (Y), simultaneously the responsiveness variable (X1), reliability (X2), assurance (X3), empathy (X4) and tangible (X5) affect customer satisfaction (Y). and assurance variable (X3) is the most dominant variable affecting customer satisfaction (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2003. *Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction dalam Usahawan*, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat.

Jakarta.

Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2* (Terjemahan Benjamin Molan). Jakarta : Prenhallindo.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran* Buku 1. Jakarta : Erlangga.

Tjiptono, Fandy. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.

_____.2006, *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

_____. 2014. *Strategi Pemasaran Jasa*. Malang: bsayumedia.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono .2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cetakan 19, Bandung: Alfabeta.